

Ergebnisse der Begleitforschung zur zehnten ARD-Themenwoche

Themenwoche „Heimat“: Angebot, Rezeption und Urteile des Publikums

Von Christian Schröter*

Themenwoche „Heimat“ mit aktuellem Bezug

Die zehnte ARD-Themenwoche fand vom 4. bis 10. Oktober 2015 statt. (1) Unter dem Leitmotiv „Heimat“ bot die ARD in Fernsehen, Radio und Internet wieder ein medienübergreifendes Angebot zu einem Thema, dessen Aktualität im Vorfeld nicht vorhersehbar war. Denn der Beginn der Themenwoche fiel in einen Zeitraum knapp fünf Wochen nach der historischen wie humanitären „Wir-schaffen-das“-Äußerung von Bundeskanzlerin Angela Merkel vor der Bundespressekonferenz am 31. August 2015. (2) Mit dieser einprägsamen Formel hatte die Regierungschefin ihre Politik offener Grenzen angesichts der Flüchtlingsbewegung in Deutschland und Europa verteidigt. Die größte Fluchtbewegung seit dem Zweiten Weltkrieg war im Spätsommer und Herbst 2015 das Topthema für die Bevölkerung, Politiker und die deutschen wie europäischen Medien.

Politische Debatten um die Bewältigung von Zuwanderung und Integration

Hunderttausende Menschen gaben auf der Flucht vor existentiellen Bedrohungen wie Bürgerkrieg und Hunger, wirtschaftlicher und anderer Not ihre ursprüngliche Heimat auf, um sich anderenorts eine neue, möglichst sichere Heimat aufbauen zu können. Die innere Zerrissenheit der Bundesrepublik in dieser Frage spiegelt sich im innenpolitischen Streit der etablierten Parteien um Obergrenzen bei der Aufnahme, bei gleichzeitigem Erstarken neuer rechtspopulistischer und fremdenfeindlicher Bewegungen wider. Asylsuchende in Deutschland stießen und stoßen dabei zwar einerseits auf eine Willkommenskultur hilfsbereiter Menschen, sind andererseits zugleich aber auch fremdenfeindlichen Attacken, wie Brandanschlägen auf ihre Wohnheime, ausgesetzt.

Befragung: Herausforderungen durch Wiedervereinigung und Flüchtlingskrise im Vergleich

Eine unmittelbar vor der ARD-Themenwoche Heimat im Rahmen des Deutschlandtrends durchgeführte Repräsentativumfrage von Infratest dimap (3) setzte zwei Erfahrungswelten der deutschen Bevölkerung miteinander in Bezug: Bei der Frage, welches der beiden Ereignisse – die deutsche Wiedervereinigung vor 25 Jahren oder die aktuelle Aufnahme von Geflüchteten – eine größere Herausforderung für den Staat darstelle, sah eine knappe Mehrheit von 52 Prozent die Migration als schwierigere Aufgabe an (vgl. Abbildung 1). 40 Prozent sagten, die Wiedervereinigung sei herausfordernder gewesen, und 4 Prozent hielten die Herausforderung für gleich groß.

Kurz und knapp

- Unter dem Leitmotiv „Heimat“ fand zwischen dem 4. und 10. Oktober 2015 die zehnte ARD-Themenwoche statt.
- Das Thema wurde in 728 TV-Sendungen und Beiträgen beleuchtet. 60 Radioprogramme trugen 1 270 Sendungen bei. Darüber hinaus gab es zahlreiche Internetangebote und crossmediale Kooperationen.
- Knapp die Hälfte der erwachsenen Bevölkerung hat die Themenwoche wahrgenommen, rund 36 Millionen Zuschauer mindestens einen Beitrag gesehen.
- Die Angebote der Themenwoche wurden von 84 Prozent in einer Befragung als „sehr gut“ oder „gut“ bewertet. Zwei Drittel sahen darin einen wertvollen Beitrag für die Gesellschaft („Public Value“).

Die ARD-Themenwoche diskutierte und thematisierte „Heimat“ nicht als eindimensionalen, sondern als einen vielschichtigen, aufgeklärten wie emanzipatorischen Begriff: „Heimat“ betrifft jeden, bedeutet aber für jeden etwas Eigenes bzw. Anderes. Sie verbindet und polarisiert dabei zugleich. Es gibt nicht nur eine, sondern viele, zum Teil „Patchwork-Heimaten“. (4)

In den letzten drei Jahrzehnten fand ein erstaunlicher Werte- wie Bedeutungswandel statt. „Heimat“ liegt im Trend und ist gerade für junge Menschen von wachsender Bedeutung. Der Begriff wird dabei nicht allein geografisch-räumlich verstanden, sondern meint auch soziale Beziehungen und emotionale Bindungen. Bei der Repräsentativbefragung wurde auch nach Aspekten gefragt, die Heimat prägen: An der Spitze rangieren soziale Beziehungen zu Menschen, die man liebt oder mag: 59 Prozent verbinden mit Heimat sehr stark ihre Familie, Verwandte oder Freunde, 44 Prozent mit Gefühlen wie Geborgenheit, Zufriedenheit oder Sicherheit (vgl. Abbildung 2). Für ebenso viele ist Heimat der Ort, an dem man aktuell lebt. Ein Drittel verbindet den Ort, an dem man aufgewachsen ist, sehr stark mit Heimat. Aber auch Städte und Landschaften im Umfeld werden von 30 Prozent der Befragten mit Heimat assoziiert, ebenso kulturelle Aspekte: Sprache, regionale Mundarten, Traditionen oder Bräuche zählen für 27 Prozent der Befragten sehr stark zur Heimat.

Vor diesem Hintergrund konzentrierte sich die ARD-Themenwoche 2015 konzeptionell-inhaltlich auf drei Schwerpunkte: das politische Verständnis von Heimat, den modernen, auch jungen Begriff von Heimat sowie Heimat in all ihrer kulturellen Vielfalt.

Die ARD-Themenwoche „Heimat“ bestand aus einem umfangreichen wie vielfältigen Angebot in Radio, Fernsehen und Internet. Im Fernsehen wurden über 700 Sendeplätze im Ersten, den Dritten Programmen, den kooperierten Programmen 3sat, Arte, Phoenix, KiKA, den Digitalkanälen Tageschau24, ARD-Alpha, Einsfestival (5), Einsplus sowie im Deutsche-Welle-Fernsehen bespielt. Den größ-

Begriff „Heimat“ stark individuell geprägt

**Programm-
schwerpunkte**

Umfangreiches Angebot: 700 Sendungen im Fernsehen, 1 270 im Radio zum Thema Heimat

* SWR-Medienforschung/Programmstrategie.

ten Anteil an der Hörfunk- und Fernsehberichterstattung hatten Einzelbeiträge in den aktuellen Magazinformaten, im Hörfunk machten sie ein Drittel aus, im Fernsehen 28 Prozent (vgl. Abbildung 3). Aber auch Interviews, Talkrunden, Reportagen, Dokumentationen, Features, Filme wie Hörspiele belegen die enorme Bandbreite der dabei eingesetzten journalistischen wie fiktionalen Formen.

Hörfunk mit crossmedialen Aktionen

Die ARD-Hörfunkwellen boten in 60 Radiosendern 1 270 Sendungen und Beiträge mit einer Gesamtdauer von 330 Sendestunden. Neben der aktuellen Frage nach der Aufnahme und Integration Geflüchteter wurden die Themen Wirtschaftsfaktor Heimat, Sehnsucht nach Heimat und historische Heimat ausführlich beleuchtet. Wegen der großen Nähe des Themas zum Lebensgefühl und der Lebenssituation der Hörer öffneten einige Radios ihre Programmflächen auch für Hörerbeteiligung per Telefon. Die neun jungen Radiowellens der ARD kooperierten bei der ARD-Themenwoche auf verschiedenen Ebenen, besonders in einer gemeinsamen crossmedialen Produktion unter der Federführung von DASDING. Dabei schrieb der Berliner HipHop-Künstler Sido für die ARD-Themenwoche eigens einen Song: „Die Wiese vor dem Reichstag“. Die jungen Wellen nutzten ihre Onlineportale und Präsenzen in den sozialen Medien, um ihre Hörer aufzufordern, beim Fotonetzwerk Instagram persönliche Fotos (versehen mit dem Hashtag #meineheimat2015) einzustellen. Aus den über 1 000 eingereichten Fotos wurde eine Auswahl in eine Musikvideo-Produktion des Songs eingebaut, der auf YouTube bis Ende Oktober 2015 438 000 Abrufe erzielte. Das Projekt erhielt in der Kategorie „Beste Innovation“ eine Auszeichnung beim Deutschen Radiopreis 2016. (6)

Angebote auf ARD-Webseiten und in sozialen Netzwerken

Im Internet wurden die zahlreichen Facetten der Themenwoche auf verschiedenen Auspielwegen abgebildet. Mit speziellen Dossiers („Digitale Heimat“, „Verlorene Heimat“) wurde ein eigener Zugang zum Thema und zu diesbezüglichen weiteren Fernseh- und Radioinhalten geschaffen. Schließlich wurden auch die sozialen Netzwerke (Twitter und Facebook) zur Bewerbung der Themenwoche genutzt.

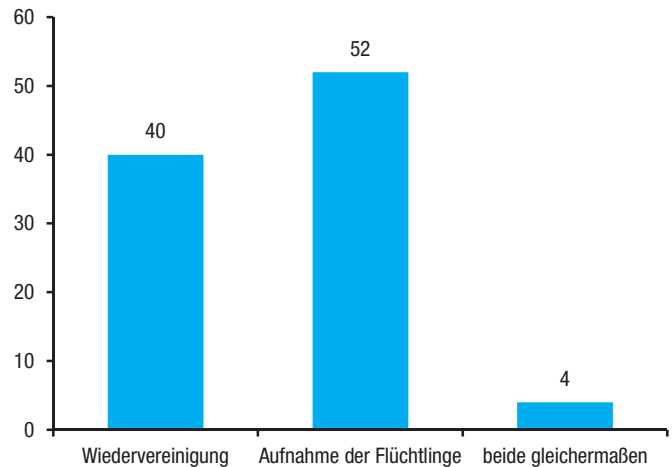
Programmbeispiele im Hörfunk

Portraits, Interviews, Reportagen und Serien mit Interaktionsmöglichkeiten

Neben der Beteiligung der jungen Wellen diskutierten die Radioprogramme das Thema Heimat auch wegen seiner Alltagsnähe in Telefonaktionen Live „on air“ unmittelbar mit ihren Hörern. Diese waren interaktiv aufgerufen, „ihre“ Heimat zu schildern, Bilder und Texte zuzusenden, die dann auch online gestellt wurden.

Die aktuelle Berichterstattung zum Thema Flucht und Zuwanderung wurde in zahlreichen Programmen mit Einzelporträts von Geflüchteten ergänzt. In vielen Wellen liefen zur Themenwoche Reportagen aus Flüchtlingsunterkünften, daneben gab es Hintergrundbeiträge zur Historie von Migrationsbewegungen. Schließlich wurde in den Kulturprogrammen auch die philosophische Dimen-

Abb. 1 Einschätzung der Herausforderungen durch politische/gesellschaftliche Ereignisse in Deutschland
Frage nach der größeren Herausforderung, in %



Frage: „Deutschland hat in der Vergangenheit ja schon verschiedene schwierige Aufgaben bewältigt, wie zum Beispiel die Wiedervereinigung. Wenn Sie jetzt mal die Herausforderungen der Wiedervereinigung mit den aktuellen Herausforderungen, die die Aufnahme der Flüchtlinge mit sich bringt, vergleichen: Welches der beiden Ereignisse war bzw. ist Ihrer Meinung nach die größere Herausforderung für Deutschland?“
(Fehlende Werte zu 100 %: Weiß nicht / keine Angabe).

Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland (n= 1001).

Quelle: Infratest dimap, Gesellschaft für Trend- und Wahlforschung, Berlin, im Auftrag des SWR zur ARD-Themenwoche „Heimat“.

sion von Heimat beleuchtet (z. B. in WDR5 eine fünfteilige Serie „Angekommen? Auf der Suche nach der neuen Heimat“, im RBB: „Lässt sich Heimat einfach verschieben?“, in BR2Klassik: „Heimat in der Musik“).

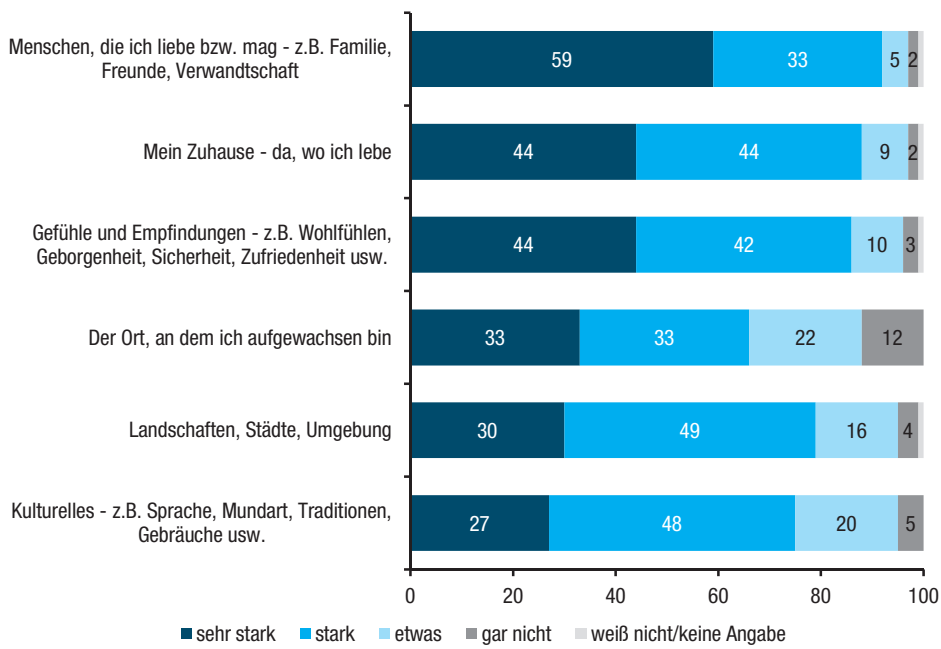
Auch sprachlich-kulturelle Aspekte wie der Dialekt wurden aufgegriffen und bei SWR4 Baden-Württemberg gab es zu den einzelnen Mundartlandschaften einen eigenen „Dialekttag“. Vier Kulturprogramme nahmen auch Hörspiele ins Programm, wie zum Beispiel „Angst und Abscheu in der BRD“ (WDR3) oder die Hörspielversion von Houellebecqs Roman „Unterwerfung“ (SWR2). Schließlich gab es auch Interviews mit Experten, wie etwa der Hochschulprofessorin Beate Mitzscherlich, die Heimatkonzepte von Menschen wissenschaftlich untersucht hat.

Die Themenwoche im Fernsehen

Das Fernsehangebot der ARD-Themenwoche umfasste 728 Sendungen und Beiträge. Allein Das Erste bot knapp 60 Stunden Programm, das Programm der 2015 federführenden Landesrundfunkanstalt, das SWR-Fernsehen (inklusive der Landesprogramme für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz), lieferte sogar über 84 Stunden. Beiträge zur

Das Erste, ARD-Dritte und Gemeinschaftsprogramme zeigten 728 themenbezogene Sendungen und Beiträge

Abb. 2 Aspekte des Empfindens von Heimat

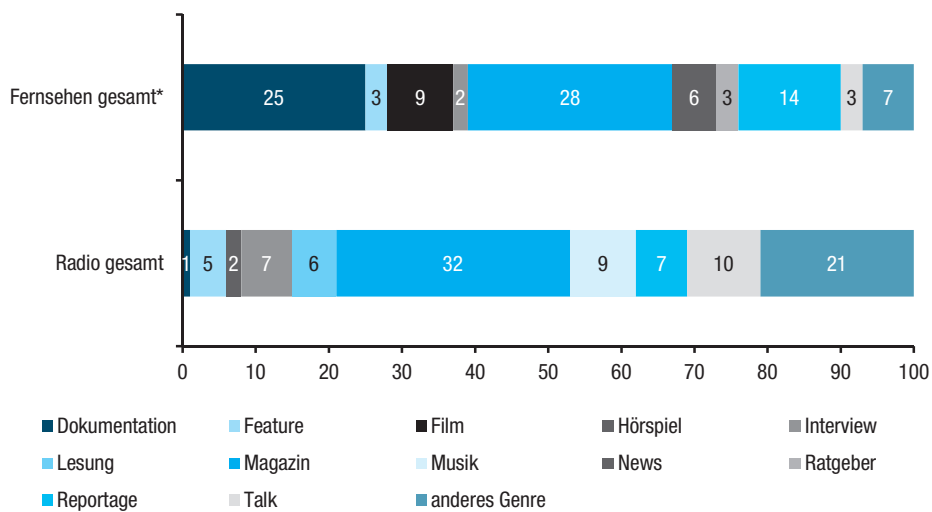


Frage: „Für jeden bedeutet „Heimat“ ja möglicherweise etwas anderes. Ich nenne Ihnen nun einige Aspekte und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie dies sehr stark, stark, etwas oder gar nicht mit dem verbinden, was für Sie „Heimat“ bedeutet?“

Basis: Wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland (n=1 001).

Quelle: Infratest dimap, Gesellschaft für Trend- und Wahlforschung, Berlin, im Auftrag des SWRs zur ARD-Themenwoche „Heimat“.

Abb. 3 Fernseh- und Radioangebote zur ARD-Themenwoche "Heimat"
nach Genres, Anteil in %



* Lesebeispiel: Gut die Hälfte des TV-Angebots kommt aus den beiden Genres Magazin (28 %) und Dokumentation (25 %), gefolgt von Reportagen (14 %) und dem fiktionalen Genre Film (9 %).

Quelle: ARD Planungstool Themenwoche TV & Radio, abgerufen am: 30.9.2015. TV: ohne KiKA und Deutsche Welle Fernsehen.

Tab. 1 Das Erste: Meistgesehene Sendungen der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“

Rang	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1	Polizeiuruf 110: Wendemanöver Folge 2	So	4.10.2015	20:15:10	01:28:39	6,93	19,6
2	Günther Jauch	So	4.10.2015	21:44:19	01:01:13	4,07	14,4
3	Dampfnudelblues. Ein Eberhoferkrimi	Do	8.10.2015	20:16:40	01:26:11	4,04	12,3
4	Heimat ist kein Ort	Fr	9.10.2015	20:16:43	01:26:03	4,03	13,9
5	Blütenträume	Mi	7.10.2015	20:15:54	01:28:46	3,46	11,4
6	Report Mainz	Di	6.10.2015	21:47:03	00:28:39	3,04	11,2
7	Panorama	Do	8.10.2015	21:44:20	00:29:04	2,94	9,5
8	Tagesthemen	Mi	7.10.2015	22:46:02	00:29:46	2,92	15,7
9	Leberkäseland	Mo	5.10.2015	20:16:22	01:28:14	2,58	8,1
10	Nuhr daheim	Do	8.10.2015	22:45:06	00:43:28	2,48	12,3
11	Weltspiegel	So	4.10.2015	19:21:38	00:37:09	2,42	8,3
12	Tagesthemen	So	4.10.2015	22:46:24	00:21:11	2,31	11,0
13	#Beckmann	Mo	5.10.2015	21:47:03	00:26:17	1,93	6,9
14	Brisant	Mi	7.10.2015	17:14:40	00:38:13	1,92	13,7
15	Menschen bei Maischberger	Di	6.10.2015	22:47:44	01:15:00	1,79	12,3
16	Bericht aus Berlin	So	4.10.2015	18:29:14	00:18:56	1,76	7,7
17	Brisant	Mo	5.10.2015	17:14:58	00:36:36	1,56	12,4
18	Plusminus	Mi	7.10.2015	23:16:41	00:31:27	1,38	10,0
19	Sedwitz Folge 6	Do	8.10.2015	23:28:34	00:28:25	1,29	9,5
20	Zum Glück Deutschland – Ein anderer Blick auf unser Land	Mo	5.10.2015	22:46:47	01:14:14	1,15	7,8

Nicht einbezogen wurde die Anne Will-Sendung mit Bundeskanzlerin Angela Merkel vom 7. Oktober 2015 („Die Kanzlerin in der Flüchtlingskrise – Können wir es wirklich schaffen, Frau Merkel?“). Sie erreichte 3,74 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 13,8 Prozent.

Basis: Zuschauer ab 3 Jahren in Deutschland.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV-Scope, Quelle Sendungen: Planungstool und Angaben der ARD-Anstalten, 4.10. bis 10.10.2015.

Themenwoche liefen auch in allen anderen Dritten Programmen, 3sat, ARD-alpha, Einsfestival, Eins-Plus, tagesschau24, Phoenix, arte, KiKA und der Deutschen Welle. Auch in diesem Jahr wurde das Schwerpunktthema in unterschiedlichen Programmsparten und Genres aufgegriffen, von tagesbegleitenden und regionalen Magazinen über Talkshows, Nachrichtensendungen, Reportagen und Dokumentationen, aber auch in der fiktionalen und nicht-fiktionalen Unterhaltung.

36 Millionen Menschen sahen mindestens einen Beitrag zur ARD-Themenwoche

Insgesamt erreichte das Fernsehangebot zur ARD-Themenwoche laut AGF-Fernsehforschung über 36 Millionen Zuschauer in Deutschland. Allein 26 Millionen Menschen sahen mindestens einen Beitrag im Ersten, 24 Millionen in den Dritten Programmen. Die Übersicht der erfolgreichsten Sendungen zur Themenwoche im Ersten zeigt die Vielfalt der Themen und Herangehensweisen auf. Die höchste Zuschauerresonanz erzielte „Polizeiuruf 110: Wendemanöver Teil 2“, anschließend der Talk mit Günther Jauch: „Flüchtlingsrepublik – wo liegen unsere Grenzen“, der Krimi „Dampfnudelblues“, der Roadmovie „Heimat ist kein Ort“ sowie die Komödie „Blütenträume“ nach dem gleichnamigen Theaterstück von Lutz Hübner (vgl. Tabelle 1). Weitere Highlights waren der Heimatfilmklassiker „Die andere Heimat – Chronik einer Sehnsucht“ von Edgar Reitz sowie die „Anne Will“-Sendung mit

Angela Merkel am 7. Oktober 2015 zum Thema „Die Kanzlerin in der Flüchtlingskrise – Können wir es wirklich schaffen, Frau Merkel?“ (7)

Das Programm der ARD-Themenwoche „Heimat“ setzte sich vor allem aus den vier Bereichen aktueller politischer Talk und Magazine, Dokumentationen und Dokumentarfilme, fiktionale Angebote sowie Unterhaltung zusammen. Unter den Top 20 der meistgesehenen Sendungen im Ersten in der Themenwoche finden sich damit auch alle klassischen Fernsehgenres: von Politik, Fiktion, Krimi, über Dokumentationen bis zu Comedy oder Aktuelles, wie etwa „Tagesthemen“-Ausgaben.

Eröffnet wurde die ARD-Themenwoche am 4. Oktober durch die zwölfstündige Echtzeit-Doku „Deutschland. Dein Tag“, die von 6.00 bis 18.00 Uhr Leben und Wirklichkeit von Deutschen an einem Sonntag präsentierte. Ein Jahr zuvor, am 5. Oktober 2014, begleiteten mehr als 60 Kamerateams aller Landesrundfunkanstalten 100 Protagonisten an 82 Schauplätzen in ganz Deutschland. Die Portraitierten kamen aus allen Gesellschaftsschichten, Altersgruppen, gehörten verschiedenen Religionen

Vier Genres mit Themenbezug

Echtzeit-Dokumentation begleitete 100 Menschen für einen Tag

an und repräsentierten ein modernes Deutschland. Anna Loos und Johannes Oerding präsentierten den Titelsong von „Deutschland. Dein Tag“: „Das alles sind wir“. Dass die Hälfte der bundesdeutschen Fernsehzuschauer vom 4. bis 10. Oktober 2015 mindestens einen Sendungskontakt zum Angebot der ARD-Themenwoche „Heimat“ hatte, lag auch an der Beteiligung aller Dritten, der kooperierten Programme der ARD (3sat, Arte, Phoenix, KiKA), Tagesschau24, Einsplus und Einsfestival sowie der Deutschen Welle.

Angebotsbeispiele im Internet

Das gemeinschaftliche Onlineangebot themenwoche.ARD.de bot Zugänge zu allen Programmhöhepunkten, zu besonderen Aktionen und Projekten der Landesrundfunkanstalten sowie zum Schwerpunkt „Digitale Heimat“. Zusätzlich lieferte das Angebot einen Gesamtüberblick über alle linearen Programmaktivitäten der ARD zur Themenwoche.

Soziale Netzwerke als zusätzliche Plattformen und Interaktionsmöglichkeit

Der Dialog mit den Nutzern – und unter den Nutzern – fand in einem redaktionell kuratierten „Social Media Fenster“ auf der Startseite von themenwoche.ARD.de statt. Der Themenwochen-Twitterkanal verbreitete die Highlights, reagierte auf Tweets zur Themenwoche und retweetete relevante Äußerungen von Protagonisten. Der Schwerpunkt „Digitale Heimat“ beschäftigte sich in Reportagen, Berichten und Interviews unter anderem mit der Bedeutung des Internets für Geflüchtete, die so den Kontakt zu ihren Familien und Freunden in der Heimat halten können. (8)

Phänomen „digitale Heimat“ beleuchtet

Multimediale Beiträge untersuchten das Phänomen der sozialen Netzwerke, Onlineplattformen und Spielewelten, in denen viele, vornehmlich junge Menschen ein digitales Zuhause finden. Aus aktuellem Anlass wurde als weiterer Schwerpunkt das Thema „Verlorene Heimat“ in themenwoche.ARD.de integriert. Dort wurden Zugänge zu zahlreichen Sendungen gebündelt, die sich mit den Ursachen der Flüchtlingswelle und ihrer Auswirkung auf die Gesellschaft beschäftigten. Die ARD-Mediathek bot eine eigene Startseite zur Themenwoche mit thematisch gebündelten Zugängen zu ausgewählten Filmen, Dokumentationen und Reportagen. Eine HbbTV-App enthielt ausgewählte Video-on-Demand-Angebote sowie Hinweise auf kommende Sendungen zur ARD-Themenwoche.

Echtzeit-Dokumentation „Deutschland. Dein Tag“ im Internet

Die zwölfstündige Dokumentation „Deutschland. Dein Tag“ wurde von einem Webspecial flankiert. Unter www.daserste.de/deintag konnten Interessierte am Sendetag nicht nur den Livestream verfolgen, sondern auch über eine interaktive Karte die Steckbriefe und Videos zu den 100 Protagonisten erkunden, im Deutschland-Quiz ihr Wissen

testen, und in den hochgeladenen Fotos der Zuschauer stöbern. Mit der Frage „Was machen Sie an einem ganz normalen Sonntag?“ wurde ein Jahr zuvor dazu aufgerufen, sich an der Echtzeit-Dokumentation zu beteiligen. Mehr als 2.300 persönliche Sonntagsmomente wurden als Schnappschüsse, sogenannte Selfies und Videos eingesandt. Viele davon sind nicht nur online zu sehen, sondern waren auch Teil der TV-Dokumentation. Die Nutzer und Zuschauer waren auch am Sendetag aufgefordert, sich aktiv mit dem Hashtag #deintag in den sozialen Netzwerken zu beteiligen. Die Resonanz bei Twitter und Facebook war groß, der Hashtag #deintag war am Sendetag durchgehend unter den Top 3 der Trending Topics bei Twitter und das mit überwiegend positiver Resonanz.

Insgesamt ist die Nutzung des Webangebots zur ARD-Themenwoche 2015 mit rund 2,1 Millionen Seitenabrufen im Vergleich zu den Vorjahren angestiegen. Dies kann auf die intensive Nutzung der Videos in der ARD-Mediathek auf verschiedenen Ausspielwegen zurückgeführt werden.

Programmprojekte und öffentliche Begleitaktionen

Zur ARD-Themenwoche fanden zu den Programmprojekten auch öffentliche Begleitaktionen statt. Schon im Vorfeld lud das ARD-Hauptstadtstudio am Berliner Reichstagsufer am 29. August zu einem „Tag der offenen Tür“ ein, vom 4. bis 9. September präsentierte sich die ARD-Themenwoche mit einem Stand bei der Internationalen Funkausstellung. In Zusammenarbeit mit der Bundestagsverwaltung gab es außerdem auf Großbildleinwänden in Berlin auszugsweise Previews von „Deutschland. Dein Tag“ zu sehen, ebenso rund um den 3. Oktober zum Fest „25 Jahre Deutsche Einheit“ in Frankfurt oder bei der offiziellen Auftaktveranstaltung zur ARD-Themenwoche am 29. September in Berlin.

Zur ARD-Themenwoche steuerten SWR und WDR einen umfangreichen Schwerpunkt für Schüler bei. Zu den werktäglichen Sendeplätzen von „Planet Schule“ wurde auch ein großes Online-Themen-Special auf planet-schule.de zur Verfügung gestellt. Besondere Aufmerksamkeit bekam der Themenkomplex „Flucht, Migration und Integration“, darunter Erinnerungsprotokolle von Flüchtlingskindern in der Reihe „Zuflucht gesucht“. In einfacher Sprache erzählt, ermöglichten die Trickfilm-Animationen auch jüngeren Schülern Zugang zu den Themen Flucht und Verfolgung. Vor dem Hintergrund der aktuellen Flüchtlingssituation standen auch Programme zum Deutschlernen im Fokus, und ein interaktives Lernspiel wurde auf planet-schule.de präsentiert.

Zu Kategorien wie „Quer durch Deutschland“, „Natur und Kultur“, „Heimat in der Fremde“ und „Sprache“ präsentierte „Planet Schule“ umfangreiche Medienpakete mit Filmen, multimedialen Angeboten, didaktischem Begleitmaterial und Arbeitsbögen für Schüler aller Altersstufen. Bei einem

Nutzung des ARD-Webangebots zur Themenwoche gestiegen

„Planet Schule“ und „Aktion Schulstunde“ mit umfangreichen Materialien

zur ARD-Themenwoche ausgerufenen Gedicht-Wettbewerb haben über 500 Kinder aus ganz Deutschland ihre Gedichte, zum Teil bebildert oder gar vertont, eingesendet.

Im Rahmen der mehrfach ausgezeichneten „Aktion Schulstunde“ unter Federführung des RBB konnten Lehrer, Kinderbetreuer und Eltern wie in den Vorjahren auch zur ARD-Themenwoche „Heimat“ online fächerübergreifendes Unterrichtsmaterial mit Filmen, Audios und zahlreichen Projektideen abrufen. Durch Verlinkungen von allen Bildungsservern und weiteren pädagogischen Internetportalen wurden die Angebote der ARD-Themenwoche vernetzt und die Aufmerksamkeit auf sie viral verstärkt.

Ergebnisse der repräsentativen Begleitforschung und Evaluation

Befragung zur Wahrnehmung und Rezeption der Themenwoche

Zur Evaluation der Wahrnehmung der Themenwoche sowie auch ihrer Bewertung wurde in der Woche vom 9. bis 18. Oktober 2015 eine repräsentative Abschlussbefragung durchgeführt. Die Feldarbeit lag bei GfK MCR, befragt wurden nach einer Zufallsauswahl 1 000 Personen im Alter ab 14 Jahren aus privaten Haushalten mit Telefonfestnetzanschluss in Deutschland.

45 % der Gesamtbevölkerung haben die Themenwoche wahrgenommen

Knapp die Hälfte (45 %) der Erwachsenen ab 14 Jahren in Deutschland hat die ARD-Themenwoche 2015 wahrgenommen („Themenwochen-Nutzer“). Der Wert liegt damit etwas unter der Wahrnehmung der Themenwoche 2014 („Toleranz – anders als Du denkst“, 50 %) (vgl. Tabelle 2). Während der Erinnerungswert bei den 14- bis 29-Jährigen bei knapp einem Drittel (31 %) liegt, fiel die Wahrnehmung bei den 50- bis 64-Jährigen mit 51 Prozent bzw. bei den ab 65-Jährigen mit 59 Prozent deutlich stärker aus. Zusätzlich konnten die Befragten sich spontan äußern, um ihre Erinnerung zu konkretisieren. Unter diesen freien Nennungen fallen zwei Bereiche auf: zum einen ist es die Vielzahl spezieller Einzelsendungen, aber auch die Erinnerung an die prominenten Paten der Themenwoche, wie die Schauspielerin Natalia Wörner oder der Musiker und Schauspieler Herbert Grönemeyer, zum anderen dominierten Nennungen, die sich mit dem Flüchtlingsthema innerhalb der ARD-Themenwoche auseinandersetzten.

Fernsehen meistgenutzter Zugangsweg zu Themenwochen-Beiträgen

Die Inhalte und Sendungen zur ARD-Themenwoche wurden über die drei originären Ausspielwege Radio, Fernsehen und Internet verbreitet. Bei der Frage nach dem dabei zumindest an einem Tag genutzten Medium lag das Fernsehen mit 79 Prozent bei den Themenwochen-Nutzern deutlich vorne – in allen Altersgruppen (vgl. Tabelle 3). Das Radio wurde von 60 Prozent als Zugangsweg genutzt und das Internet von 12 Prozent, Letzteres konnte sich bei den unter 30-Jährigen (20 %) stärker profilieren. Die beiden Begleitaktionen zur Themenwoche „Aktion Schulstunde“ und „Planet Schule“ wurden ebenfalls untersucht: Sie wurden von 8 bzw. 9 Prozent wahrgenommen, in der unmittelba-

Tab. 2 Wahrnehmung der ARD-Themenwochen 2010 bis 2015
etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen?, in %

Jahr	Themenwoche	Gesamt	14-29 J.
2010	Essen ist Leben	58	37
2011	Der mobile Mensch	50	37
2012	Leben mit dem Tod	64	64
2013	Zum Glück	54	36
2014	Toleranz – anders als Du denkst	50	47
2015	Heimat	45	31

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 000).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

Tab. 3 Nutzung der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“ nach Medien
mindestens an einem Tag der Themenwoche genutzt, in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Fernsehen	79	74	75	82	81
Radio	60	61	63	61	56
Internet	12	20	14	15	5

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=449).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

Tab. 4 Wahrnehmung der Begleitaktionen zur ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“
in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Aktion Schulstunde	8	12	9	7	7
Planet Schule	9	17	7	10	7

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=449).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

ren Zielgruppe, den unter 30-Jährigen, waren es 12 bzw. 17 Prozent (vgl. Tabelle 4).

Gefragt nach ihrem Interesse an den Inhalten der Themenwochenbeiträge äußerte rund ein Viertel (24 %) der Befragten ein starkes bzw. ziemlich starkes persönliches Interesse, über dem Durchschnitt liegen die ab 65-Jährigen (28 %) wie auch die unter 30-Jährigen (30 %) (vgl. Tabelle 5).

In der Gesamtbewertung erzielte die ARD-Themenwoche 2015 84 Prozent „sehr gut“/„gut“-Bewertungen (vgl. Tabelle 6). Besonders positiv war das Urteil der 14- bis 29-Jährigen (91 %) fanden die Themenwoche sehr gut oder gut) sowie auch bei Befragten mit Migrationshintergrund (88 % bewerteten sie als sehr gut oder gut). Neben der guten Gesamtbewertung wurde der Themenwoche von zwei Dritteln der Befragten auch ein „Public Value“,

Unter 30-Jährige und Personen mit Migrationshintergrund besonders zufrieden mit Themenwoche

Tab. 5 Interesse an den Inhalten der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“
in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
stark	13	12	11	9	18	12	13
ziemlich stark	11	18	6	12	10	36	8
durchschnittlich	42	9	44	40	43	26	44
wenig	23	20	29	25	17	16	23
überhaupt nicht	12	11	10	14	12	10	12

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=449).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

Tab. 6 Generelle Bewertung der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“
in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.	Migrationshintergrund	
						ja	nein
sehr gut	18	20	13	23	17	23	17
gut	66	71	74	57	63	65	66
weniger gut	11	7	9	15	11	9	11
gar nicht gut	6	2	4	5	9	3	6

Frage: „Wie würden Sie die ARD-Themenwoche „Heimat“ alles in allem bewerten: sehr gut, gut, weniger gut oder gar nicht gut?“

Basis: Personen, die etwas von der Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n=449).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

Tab. 7 „Public Value“: Allgemeine Bewertung des Mehrwerts der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“
Zustimmung voll und ganz/weitgehend, in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Mit der ARD-Themenwoche leistet die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft.	65	57	63	72	68
Ich finde es wichtig, dass die ARD das Thema Heimat aufgreift und intensiv behandelt.	75	73	75	76	78
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten.	56	47	56	62	59
Insgesamt hat die ARD-Themenwoche viele Denkanstöße geliefert.	55	43	54	62	58

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 000).

Quelle: Repräsentative Begleitforschung zur ARD-Themenwoche 2015, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

also ein wertvoller Beitrag für die Gesellschaft, attestiert (vgl. Tabelle 7). Nach einer detaillierteren Bewertung und ihren persönlichen Anregungen durch die Rezeption der Angebote gefragt, gaben 75 Prozent der Befragten an, dass sie es wichtig finden, dass die ARD das Thema Heimat intensiv behandelt (vgl. Tabelle 8). Die Teilgruppe der Personen, die sich an die Themenwoche erinnerten, konnte diverse Anregungen und Denkanstöße für sich gewinnen. Zum Beispiel gaben 31 Prozent von ihnen an, ihre Einstellung zu dem Begriff Heimat zu hinterfragen, 62 Prozent sahen auch kritische Aspekte durch die Angebote der Themenwoche

behandelt. Die Teilgruppe der Personen, die sich an Details der Themenwoche erinnerten, stimmte unter anderem zu 88 Prozent der Aussage zu, dass es nicht nur eine, sondern vielfältige kulturelle Heimaten geben kann.

Fazit

Generell wartete die ARD-Themenwoche 2015 mit einem quantitativ wie qualitativ hochwertigen Angebot zum Thema „Heimat“ auf, bei dem in allen drei Medien Radio, Fernsehen und Internet die große Genrevielfalt hervorzuheben ist. Der programmliche Trend zur trimedialen Kooperation hat sich verstärkt, ebenso wie der Mut zum (geglückten) Experiment: Im Internet wurden Interaktionsräume geöffnet, um das Publikum auch über soziale Medien zu vernetzen und stärker einzubeziehen.

Genrevielfalt und verstärkt cross-mediale Angebote

Tab. 8 „Public Value“: Detaillierte Bewertung des Mehrwerts der ARD-Themenwoche 2015 „Heimat“
Zustimmung voll und ganz/weitgehend, in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-49 J.	ab 50 J.
Alle Befragten¹⁾					
Mit der ARD-Themenwoche leistet die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft.	65	71	58	60	70
Ich finde es wichtig, dass die ARD das Thema Heimat aufgreift und intensiv behandelt.	75	80	71	74	77
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten.	56	59	54	52	60
Insgesamt hat die ARD-Themenwoche viele Denkanstöße geliefert.	55	61	49	50	60
Teilgruppe Erinnerter Allgemein²⁾					
Die ARD-Themenwoche hat auch die kritischen Aspekte des Themas Heimat berücksichtigt.	62	62	62	63	61
Die ARD-Themenwoche hat mich dazu bewegt, meine eigene Einstellung zum Thema Heimat zu hinterfragen.	31	40	20	21	38
Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema.	24	26	21	17	29
Teilgruppe Erinnerter im Detail³⁾					
Die ARD-Themenwoche "Heimat" hat gezeigt, dass					
der Heimatbegriff sich verändert hat.	71	72	70	70	71
Heimat ein moderner Begriff ist.	55	54	57	54	56
der heutige Heimatbegriff durchaus mit positiven Werten besetzt ist.	81	83	79	79	83
Heimat auch ein relevantes, aktuelles gesellschaftspolitisches Thema ist.	86	89	82	87	85
es nicht nur eine, sondern vielfältige kulturelle Heimaten geben kann.	88	90	85	87	88
Heimat angesichts der derzeitigen Zuwanderung ganz neue Aktualität erfahren kann.	79	83	75	78	80

1) Basis: Personen ab 14 Jahren in der BRD (n= 1 000).

2) Basis: Personen, die etwas von der ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben (n= 449).

Quelle: Bundesweite Repräsentativbefragung, GfK MCR, 1 000 Befragte ab 14 Jahren.

Bewährt haben sich auch Spielformate (Song-Projekt der jungen Wellen, Deutschland-Quiz bei „Deutschland. Dein Tag“, „2 durch Deutschland“, das Lyrikexperiment im Miniformat bei „Planet Schule“, das Webspecial zur „Digitalen Heimat“ oder aufwendige Produktionen wie „Die Geschichte des Südwesten“).

ARD konnte bei Themenwoche ihre regionale Kompetenz ausspielen

Beim ausgewählten Thema konnte die ARD-Themenwoche auch die in ihrer dezentralen Organisation angelegte jeweilige regionale Kompetenz der Landesrundfunkanstalten ausspielen. Die Zielsetzung der ARD-Themenwoche „Heimat“, eine öffentliche Debatte über die politische, moderne und kulturell vielfältige Heimat anzustoßen, konnte in der tagesaktuellen und hintergründigen Berichterstattung umgesetzt werden. Gerade im Zeitalter von Kriegen, Flüchtlingsströmen, Ressentiments gegenüber Fremden und Globalisierung rückte die „Heimat“ verstärkt ins Blickfeld der Öffentlichkeit. Ob Fernsehen, Radio oder Internet: Alle Angebote der Themenwoche – insbesondere auch die der jungen Programme – haben durch ihre originäre Akzentuierung zum Diskurs über die „Heimat“ beigetragen und Antworten geliefert.

Anmerkungen:

- 1) Zur Publikumsakzeptanz der letzten drei ARD-Themenwochen Vgl. Frey-Vor, Gerlinde/Inge Mohr: Die ARD-Themenwoche „Leben mit dem Tod“ im Urteil des Publikums. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 154-164; Kloppenburg, Gerhard/Erk Simon: Die ARD-Themenwoche 2013 „Zum Glück“ im Urteil des Publikums. Repräsentativbefragung

zum Public Value des crossmedialen Programmschwerpunkts. In: Media Perspektiven 2/2014, S. 94-99 sowie Egger, Andreas: Medien und Toleranz: Erwartungen und Werturteile des Publikums. Ergebnisse zweier Repräsentativstudien zur ARD-Themenwoche 2014 „Toleranz – anders als Du denkst“. In: Media Perspektiven 3/2015, S. 136-144.

- 2) Vgl. Sommerpressekonferenz von Bundeskanzlerin Merkel vor der Bundespressekonferenz vom 31.8.2015. Thema: Aktuelle Themen der Innen- und Außenpolitik. Quelle: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2015/08/2015-08-31-pk-merkel.html> (abgerufen am 1.12.2016)
- 3) Dabei wurden 1 001 wahlberechtigte Personen ab 18 Jahren mittels Telefoninterview (CATI) befragt. Die Befragung fand am 28. und 29.9.2015 bei einer repräsentativen Zufallsauswahl von Festnetz- und Mobilnutzern (Dual Frame) statt.
- 4) Historisch ursprünglich ein reiner Rechtsbegriff aus dem 19. Jahrhundert im Sinne von „Heimatrecht“, hat sich „Heimat“ innerhalb der letzten beiden Jahrhunderte begrifflich gewandelt und dabei erweitert. Nicht nur romantische Überhöhung, sondern auch die Vereinnahmung und der Missbrauch durch die nationalsozialistische Ideologie wurden überstanden. Von dieser historischen Vorbelastung, die auch die Nachkriegszeit überschattete, hatte „Heimat“ bis in die 1970er Jahre ein eher verstaubtes und negatives Image. Zur aktuellen Diskussion des Heimatbegriffs vgl. hierzu auch „Die Psychologin Beate Mitscherlich und der Migrationsforscher Wolfgang Kaschuba diskutieren den schwierigen Begriff Heimat.“ Spiegel-Gespräch in: Spiegel Wissen 6/2016 (Heimat), S.16-20.
- 5) Einsfestival wurde am 3. September 2016 umbenannt in „One“.

- 6) Vgl. <http://www.deutscher-radiopreis.de/radiopreis/Beste-Moderatorin-Simone-Panteleit-vom-Berliner-Rundfunk-914,innovation134.html> sowie <http://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/6-swr-radioprogramm-dasding-erhaelt-deutschen-radiopreis/-/id=10563098/did=18267492/nid=10563098/1ktp15n/index.html> (abgerufen am 1.12.2016).
- 7) Da die Ausgabe von „Anne Will“ ursprünglich nicht auf diesem Sendeplatz geplant war, wurde sie in der Auswertung ergänzt (Vgl. Fußnote in Tabelle 1).
- 8) Zur Bedeutung des Internets für Flüchtlinge vgl. auch Emmer, Martin/Carola Richter/Marlene Kunst: Flucht 2.0. Mediennutzung durch Flüchtlinge vor, während und nach der Flucht. Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Schlussbericht. Berlin 2016.

